تواصل مهني

الوحدة الأولى

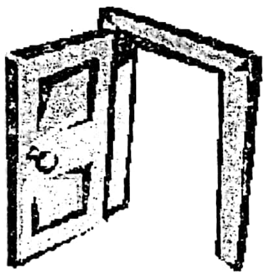
السيرة الذاتية

Curriculum Vitae

(CV)

1. سيرتي الذاتية..

لابد من أن يأتي ذلك الوقت الذي تجد نفسك فيه محتاجاً إلى كتابة سيرتك الذاتية[1] لسبب أو لآخر كتحقيق رغبة في إكمال دراستك الجامعية أو للحصول على منحة دراسية أو للتقدم بهدف الحصول على عمل في مؤسسة حكومية أو خاصة. نجاحك في هذا الأمر يتطلب منك فهماً مسبقاً لإجابات الأسئلة لتالية:



- ما المقصود بسيرتي الذاتية؟
- لماذا أكتبها، ومتى أفعل؟
- كيف أكتبها، وماذا أضمّنها؟

ما المقصود بها؟

يحمل التعبير "السيرة الذاتية" معان متعددة، لكنه في جميع الحالات تعبير يُقصد به وصف أهم الأحداث في جانب أو أكثر من مسيرة حياة الشخص صاحب العلاقة. وفي الجانب العملي، غالباً ما يتطلب الأمر خبرة سنوات طويلة من أجل بناء سيرة ذاتية قوية.

فالسيرة الذاتية ليست مجرد شهادات أكاديمية وعلمية، بل تشمل أيضاً مجمل الخبرات العملية والنشاطات الميدانية التي تؤثر في تكوين شخصية الفرد وسلوكه وتساهم كثيراً في صياغة تفكيره.

قد تتمكن من تحصيل مؤهل البكالوريوس والماجستير وحتى الدكتوراه، لكنك قد تفتقر إلى الخبرات العملية التي تؤهلك للحصول على عمل لائق بعد التخرج. وعليه، فأنت مطالب ببناء سيرتك الذاتية العملية بشكل مستمر خلال مسيرتك الأكاديمية وما بعدها.



[1] أصبح تعبير "السيرة الذاتية" مصطلحاً باللغة العربية، ويقابله التعبير **Curriculum Vitae** أو اختصاراً **CV** باللغة الإنكليزية.

وبناؤك لسيرتك الذاتية يتم عبر متابعة كل التطورات المرافقة لمجال تخصصك، وعبر مشاركتك في نشاطات معززة كالدورات والندوات وورش العمل والمؤتمرات ذات الصلة مما يساعدك في تعرّف المناخ الذي ستصبح جزءاً منه فور تخرجك ويجعلك مؤهلاً وبشكل مسبق لدخوله والانسجام مع حياته العملية والوظيفية.

لماذا أحتاج إلى كتابتها؟

ليس القصد من الإجابة على هذا السؤال تعداد ما ذكرناه سابقاً من أسباب مباشرة محتملة تدعوك إلى "كتابة سيرتك الذاتية" كتحقيق رغبة في إكمال دراستك أو للتقدم بهدف الحصول على عمل، لكن القصد هو إيضاح الدور الذي تلعبه سيرتك الذاتية كمساهم في تقريب المسافة بينك وبين ما تصبو إليه من تحقيق رغبة أو الوصول إلى هدف.



تكمن أهمية كتابة سيرتك الذاتية فيما تحتويه من إيجاز يتحول إلى قدرة مركزة على التعريف بك أو لنقل تسويقك بالشكل الذي ترمي إليه. فعند البدء بالتواصل مع أية جهة، وقبل حدوث مقابلة أو لقاء شخصي، عادة ما تكون سيرتك الذاتية المكتوبة أول ما سيزود تلك الجهة بموجز مكثف لأهم المراحل العلمية والعملية التي مررت بها مع وصف مختصر لما رافق تلك المراحل من مهارات امتلكتها، والتي إما أن تؤهلك للمتابعة بهدف الحصول على ما أنت بصدد التقدم إليه أو تكون عائقاً أمام تحقيقك الحلم الذي يصبو إليه.

وبما أن السيرة الذاتية المكتوبة أداة تعريف وتسويق، فهي تلعب دور المفتاح أو الممهد للخطوة التالية وهي استدعاءك للمقابلة الشخصية مع الجهة التي تخاطبها. إذ تجد أن معظم المؤسسات في العالم تعتمد على السيرة الذاتية من أجل الحصول على ما تحتاجه من معلومات مفهرسة عن صاحب الشأن لكي تُستخدم للأغراض التالية:

- التعرف المبدئي عليه لاتخاذ قرار ترتيب مقابلة شخصية معه،
- مرجع له وللمؤسسة أثناء المقابلة الشخصية،
- مرجع تذكير تحتفظ به المؤسسة بعد الانتهاء المقابلة.

متى أشرع بكتابتها ومتى أقوم بتحديثها؟



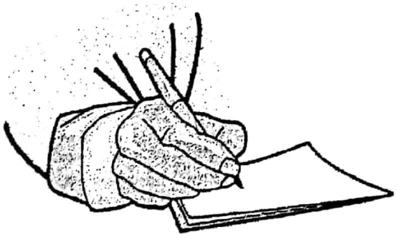
يجب أن تكون مستعداً ولا تنتظر أن تُطلب منك سيرتك الذاتية لكي تبدأ التفكير بكتابتها، فمن المنصوح به أن تكون مكتوبة ودوماً جاهزة عند الطلب. إذن، عليك أن تبادر إلى كتابتها متى شعرت بأنك مستعد للعمل أو أنك على وشك السير في هذا الاتجاه، حتى لو لم يكن في ذهنك شيء واضح ومحدد بهذا الخصوص.

غالباً ما تتم كتابة السيرة الذاتية وفق التسلسل الزمني التالي:

- كتابتها بشكل عام وأولي خلال المراحل الأخيرة لدراستك الجامعية أو مباشرة بعد التخرج.
- تحديثها كل ستة أشهر على الأقل، فما هو حاضر قد يصبح ماض بعد مدة، وقد يطرأ ما هو جديد.
- إنشاء نسخة جديدة كلما تقدمت إلى فرصة عمل بحيث يتم تخصيصها لخدمة هذا الغرض.

هل أكتبها بطريقة خاصة؟

لا شيء إلا ويُكتب بطريقة خاصة. وخصوصية طريقة الكتابة تتحدد بالمفاهيم التي يُبنى عليها ما تكتب. إن إدراكك لكون السيرة الذاتية أداة تعريف بك وتسويق لك وأنها تشكل مفتاحاً لخطوات تالية أمامك يجعلك تفكر في أن تقوم أنت ولا أحد سواك بكتابتها بطريقتك الخاصة.

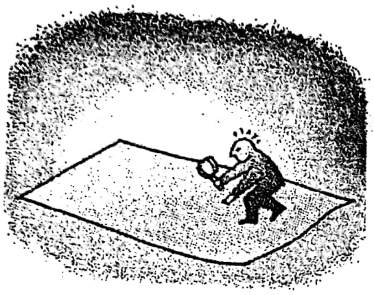


أن تكتب أنت سيرتك الذاتية، فهذا أمر صحيح، إذ لا أحد يعرفك كذاتك. والكتابة يجب أن تبرز خصوصية أسلوبك مع مراعاة ما يلي:

- تنسيق الشكل المتقن لإظهار أناقتك وأيضاً اهتمامك،
- التنظيم لجعل القارئ يرى نقاط قوتك بنظرة سريعة،
- الوضوح للدلالة على أنك تعرف ما تريد،
- الصدق للإظهار جديتك،
- وأخيراً الاختصار لإظهار حرَفيتك.

ويبقى هناك أمر مهم وهو أن تتذكر دوماً أثناء كتابتك لسيرتك الذاتية الجهة التي ستقدمها إليها محاولاً توقع ما الذي تريد هذه الجهة أن تراه فيما تكتب. نجاحك في هذا الأمر سيجعلك المبادر إلى جذب تلك الجهة باتجاهك وسيسهل عليها بالمقابل العثور على ما ترغب من خلالك.

ما الذي يجب أن أُضمّنها إياه؟



بغض النظر عن تنسيق شكلها وعن محتوياتها التي تختلف باختلاف صاحبها وعن تسلسل عرض تلك المحتويات الذي يختلف باختلاف الغرض منها، تحتوي السيرة الذاتية على العديد من الأقسام التي يختص كل منها بتقديم المعلومات المتعلقة بصاحب العلاقة في مجال معين.

فيما يلي أهم هذه الأقسام التي تعرض بالنقر فوق الجزء العربي أو الإنكليزي ما تقدمه من معلومات قد تزيد أو تنقص بحسب الحاجة.

Name	الاسم
Personal Information	معلومات شخصية
Contact Information	معلومات الاتصال
Job Objective	الهدف الوظيفي
Educational Qualification	المؤهلات العلمية
Professional Experience	الخبرات العملية
Training Courses	الدورات التدريبية
Skills	المهارات
Interests	الاهتمامات
References	المعرّفون

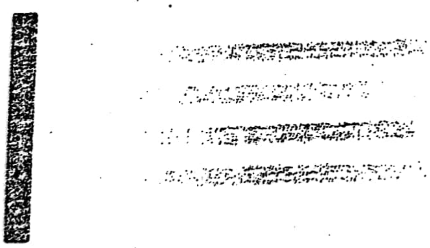
2. نماذج السيرة الذاتية

ليست السيرة الذاتية وثيقة عامة، بل هي وثيقة خاصة تختلف محتوياتها وما تقدمه من معلومات باختلاف الشخص صاحب العلاقة وباختلاف الهدف من تقديمها، وبالتالي لا يوجد لها نموذج وحيد ينتهي الأمر بمجرد تعبئته. إلا أن خصوصية السيرة الذاتية لا تعني التفرّد، بل هناك طرق متعارف عليها لبنائها وترتيب عرض المعلومات فيها تختلف باختلاف الغرض منها وتنتج نماذج موحدة، أهمها:

- النموذج العام General CV
- النموذج الموجه Targeted CV
- النموذج الزمني Chronological CV
- النموذج الوظيفي Functional CV
- النموذج المشترك Combination CV

النموذج العام General CV

استخدم هذا النموذج إذا كنت ممن لم يسبق لهم العمل أو عندما لا تهدف إلى عمل محدد بعينه. وسيرتك الذاتية المكتوبة وفق هذا النموذج أقرب ما تكون إلى الاستعراض العام لمهاراتك ومؤهلاتك التي يمكنك أن ترسلها ذاتها إلى أكثر من جهة كمرفق لرسالة تغطية Cover Letter مخصصة لمخاطبة تلك الجهة.



ولا بأس في أن تستهل سيرتك الذاتية المكتوبة وفق هذا النموذج بعبارة مبسطة تحاول تحديد المجال العام للعمل الذي ترغب القيام به كأن تكتب على سبيل المثال:

- الهدف: العمل في السكرتارية أو في الإدارة،
- الهدف: العمل في البرمجة،
- الهدف: العمل في المبيعات.



النموذج الموجه Targeted CV

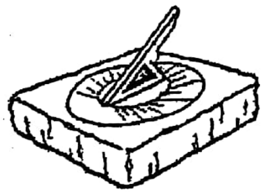
استخدم هذا النموذج عند رغبتك التقدم إلى عمل مُعلن عنه كمهنة محددة ضمن قطاع عمل محـ دد. ويجب لدى كتابتك لسيرتك الذاتية وفق هذا النموذج أن تسلط الضوء فقط على مهاراتك ومؤهلاتك وخبراتك السابقة التي تلاءم متطلبات ذلك العمل مما يتطلب منك دراية مـ سبقة وواضـ حة بتلـ ك المتطلبات.

وفي حال وجدت لديك الرغبة والقدرة على التقدم إلى أكثر من عمل لدى ذات الجهة أو لدى جهات أخرى مختلفة، فعليك في كل مرة أن تعيد وبشكل كامل صياغة سيرتك الذاتية بما يتلاءم ومتطلبات العمل الجديد.

ورغم كون السيرة الذاتية المكتوبة وفق هذا النموذج موجهة بطبيعة الحال، إلا أنه من المنصوح به أن ترسلها كمرفق لرسالة تغطية **Cover Letter** مخصصة لمخاطبة الجهة صاحبة الشأن.

النموذج الزمني Chronological CV

استخدم هذا النموذج عند رغبتك التقدم إلى عمل مُعلن عنه كمهنة محددة ضمن قطاع عمل محـ دد وعندما يكون واضحاً في نص الإعلان أن السيرة الذاتية يجب أن تُكتب وفقـ ـه. وتُظهـ ر سـ يرتك الذاتية المكتوبة وفق هذا النموذج تاريخ تقدمك المهني في المجال المحـ دد عبر تقديم المعلومات بتسلسل زمني عكسي انطلاقاً من اللحظـ ـة الراهنـ ـة رجوعاً إلى تاريخ بدء حياتك المهنية في المجال المقصود.



وفي حال عدم احتواء إعلان العمل على طلب صريح لاعتماد هذا النموذج، فيمكنك أن تعتمده في الحالات التالية:

- مسيرة حياتك المهنية مستمرة في ذات المجال دون وجود انقطاعات تذكر.
- توليت مراكز وظيفية مهمة ازداد من خلالها حجم مسؤولياتك بـ شكل مـ ستمر خـ لال تلـ ك المسيرة.
- آخر المراكز التي توليتها هو أكثرها أهمية.

النموذج الوظيفي Functional CV



استخدم هذا النموذج لكي تبرز فـ ي بدايـ ـة سـ يرتك الذاتيـ ـة انجازاتـ ك ومهاراتك ومؤهلاتك بما يتلاءم مع متطلبات العمل الذي ترغـ ب التقـ دم

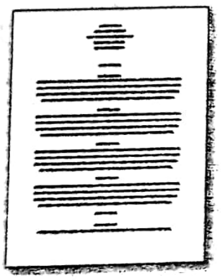
إليه.

وبما أن سيرتك الذاتية المكتوبة وفق هذا النموذج تغفل التسلسل الزمني لم سيرة حياة ك المهنية مؤكدة على أهمية ما حققته بغض النظر عن المكان والتاريخ، فيمكنك اعتمادها في الحالات التالية:

- التقدم لأول مرة للحصول على عمل.
- عدم الرغبة في التصريح عن عمرك.
- حدوث أهم إنجازاتك قبل عدة سنوات مضت.
- وجود انقطاعات طويلة في مسيرة حياتك المهنية.
- تغيير اتجاهك المهني.

وعادة ما لا يفضل أصحاب العمل هذا النموذج لأنه غالباً ما يلمح إلى محاولة صاحبه إخفاء فت رة انقطاع طويلة عن العمل أو التعتيم على خلل في مسيرة حياته المهنية.

النموذج المشترك Combination CV



يجمع هذا النموذج بين النموذجين الـ سابقين، الزمن ي Chronological CV والوظيفي Functional CV، ويرحب به أصحاب العم ل باعتب اره بـ ديلاً للنموذج الوظيفي لأنه يتدارك سلبياته عبر إضافة التسلسل الزمني.

وتُستهل سيرتك الذاتية المكتوبة وفق هـ ذا النم وذج بوصـ ف لإنجازا ك ومهاراتك وإمكانياتك يوضح للجهة التي تخاطبها "نقاط قوتك المهنية". يتل و ذلك القسم الزمني الذي يوضح تقدمك المهني في المجال المحدد عبر تقديم المعلومات بتسلسل زمني عكسي انطلاقاً من اللحظة الراهنة رجوعاً إلى تاريخ بدء حياتك المهنية في المجال المقصود.

ويلاقي هذا النموذج شعبية أكبر من النموذجين الذين يجمع بينهما، إذ يمكنك اعتماده في الحـ الات التالية:

- تريد التركيز أولاً على "نقاط قوتك المهنية".
- تاريخ حياتك المهنية قوي ومتماسك ويسير دون وجود انقطاعات تذكر.

3. رسالة التغطية

حتى لو كانت سيرتك الذاتية من النوع الموجه والمحدد الهدف، وسواء أرسلت إلى الجهة التي تخاطبها بالبريد العادي أم بالفاكس أم بالبريد الإلكتروني، فمن المنصوح به أن يتم إرسالها كمُرفَق لرسالة تغطية[1]. ورسالة التغطية ورقة أولية تبعث بها إلى الجهة المعلِنة كتقديم لسيرتك الذاتية وكتعبير عن شخصيتك الإيجابية وإظهاراً لحماسك تجاه الوظيفة الشاغرة، مما يزيد في فعالية سيرتك الذاتية ويساعد على استدعائك للمقابلة.



هل أكتبها بطريقة خاصة؟

يجب أن لا تزيد رسالة التغطية عن صفحة واحدة مكتوبة بلغة عملية ومختصرة وخالية من أخطاء القواعد والإملاء ومُصاغة كفقرات قصيرة ومحددة النقاط. ويجب أن تخاطب شخصاً بعينه، كالمدير الإداري مثلاً، باستخدام اسمه الشخصي وليس فقط باستخدام اسمه الوظيفي. قد تطلب الجهة المعلنة كتابة رسالة التغطية بخط اليد، فإن لم يُشَر صراحة إلى ذلك، فهذا يعني أن تقوم بطباعتها بدون ألوان وبلا أية رسوم أو أشكال أو صور.

ما الذي يجب أن أضمنها إياه؟

- معلومات الاتصال الخاصة بك:
  - اسمك الكامل
  - عنوان بريد المنزل أو العمل
  - رقم هاتف الجوال أو المنزل أو العمل
  - رقم الفاكس
  - عنوان البريد الإلكتروني
- التاريخ ومعلومات خاصة بمن تخاطب،
  - التاريخ
  - اسم الشخص المخاطب ومسماه الوظيفي

---

[1] رسالة التغطية أو الرسالة التقديمية مصطلح يقابله التعبير **Cover Letter** باللغة الإنكليزية.

تواصل مهني / ت

- اسم الشركة أو الجهة التي تخاطبها
- عنوان الشركة أو الجهة التي تخاطبها

- فقرة أولى توضح سبب المخاطبة وتقدمك بشكل يجذب الانتباه.
  - حدد بشكل دقيق ومختصر سبب المخاطبة.
  - أشر إلى اهتمامك بالشركة ومجال عملها وأنك متابع لأخبارها.
  - أكد رغبتك في إشغال فرصة العمل المعلن عنها.
- فقرة ثانية تظهر إمكانياتك وتسوقها بشكل فعال.
  - أظهر واحدة أو اثنتين من مهاراتك التي لها صلة بالعمل دون أي سرد موسع.
  - بيّن واحدة أو اثنتين من إنجازاتك التي توضح خبراتك.
  - أشر إلى كيفية توظيفك لمهاراتك وخبراتك لفائدة الشركة.
- فقرة ثالثة اختيارية توضح مهاراتك الإضافية
  - أشر إلى أنك تملك مهارات وقدرات إضافية مناسبة للعمل.
  - هذا الجزء اختياري، خاصة إذا كانت الفقرة السابقة فعالة.
- فقرة رابعة تقترح خطة لما ترغب القيام به لاحقاً.
  - عبر عن رغبتك بمقابلة صاحب العمل.
  - وضح انك ستتصل للتأكد، وذلك في حال لم يصلك منه رد خلال فترة زمنية معينة.
  - أشر إلى ترحيبك باتصاله بك في أي وقت للحصول على المزيد من المعلومات.
- فقرة أخيرة تنهي بها رسالتك.
  - اشكر الشخص الذي تخاطبه للوقت الذي أعطاه لقراءة رسالتك ولاهتمامه بطلبك.

4. تقديم السيرة الذاتية

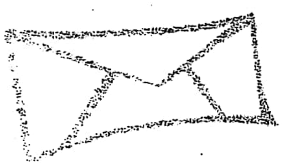
يمكنك تقديم سيرتك الذاتية عبر طرق تختلف بحسب الشكل الذي تأخذه تلك السيرة، وذلك كما يلي:



- تقديم السيرة الذاتية الورقية عبر البريد العادي أو الفاكس.
- تقديم السيرة الذاتية الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني.
- تقديم السيرة الذاتية عبر تعبئة نماذج ويب.
- تقديم السيرة الذاتية عبر موقع ويب شخصي.

السيرة الذاتية الورقية

عند إعدادك لسيرتك الذاتية الورقية، عليك أن تأخذ ما يلي في الحسبان:



- حاول أن تكون سيرتك الذاتية من صفحة واحدة ولا تجعلها أكثر من ثلاث صفحات.
- اطبعها ورسالة التغطية باستخدام حاسوب وطابعة تستطيع إخراج نسخ نظيفة وخالية من العلامات غير المقصودة أو القذرة.
- استخدم ورقاً من ذات النوع لرسالة التغطية وللسيرة الذاتية وحاول أن يكون أبيض اللون ومن النوع الجيد وحتى الفاخر وابتعد عن الورق البراق أو الملون أو ذي الخلفيات والرسومات.
- عند الحاجة إلى أكثر من نسخة، عليك أن تعيد الطباعة متجنباً تصوير النسخة الأصلية.
- عند الخطأ، لا تجري تصحيحاً بخط اليد بل أعد الطباعة.
- النص يكون باللون الأسود فقط ولا تستخدم الظلال وتجنب الخطوط المائلة وقلل من استعمال الخطوط الغامقة والمسطرة إلا لبعض العناوين فقط.
- استخدم خطوطاً سهلة القراءة وبحجم 12 أو 14 وتفادى كثرة استعمال **CAPITAL LETTERS** في كتابة السيرة الذاتية باللغة الإنجليزية إلا للضرورة وفي المواضع الصحيحة.
- اترك مساحات فارغة تساعد في إبراز المحتوى المهم وتسهل من قراءة السيرة.
- استخدم هوامش عريضة ومسافات مزدوجة بين العناوين الرئيسية.
- أعط الأولوية لإرسال السيرة الذاتية عبر البريد العادي ولا تلجأ إلى استخدام الفاكس إلا بعد تأكدك من تعذر ذلك أو بناءاً على طلب.
- عند اعتماد البريد العادي، تأكد من وضع الأوراق في ظرف لائق مطبوع عليه بوضوح وأناقة عنوان المُرسَل إليه وعنوانك البريدي المطابق للمذكور في سيرتك الذاتية.

- عند اعتماد الفاكس، تأكد من استخدام ذات رقم الفاكس المذكور في سيرتك الذاتية.
- أخيراً، احتفظ بنسخة لكل رسالة تغطية وسيرة ذاتية ترسلهما للرجوع إليهما مستقبلاً إذا لـ زم الأمر.

السيرة الذاتية الإلكترونية

عند استخدامك للحاسوب في إعداد سيرتك الذاتية فإن ما ستحصل عليه هو ملف أو نسخة إلكترونية يمكن إرسالها عبر البريد الإلكتروني أو الإنترنت وتمكنك ببساطة من التقدم إلى الوظائف المعلنة في أي مكان حول العالم دون حاجة إلى فاكس أو بريد عادي.



لكي تجعل سيرتك الذاتية الإلكترونية سهلة الاستقبال عالمياً عليـ ك عند إعدادها أن تأخذ ما يلي في الحسبان:

- حاول استخدام ذات تطبيق معالجة النصوص الموجود لـ دى الجهة التي تخاطبها أو استخدم أحد التطبيقات الشائعة مثل Word أو WordPad وقم بكتابـ ة سيرتك الذاتية بشكل مبسط دون مغالاة في استخدام خصائص تنسيق النص.
- أرسل سيرتك الذاتية مسبوقة برسالة التغطية في ملف واحد يُلحق برسالة بريد إلكتروني غيـ ر خالية وتشير إلى الملف المرفق، أو استعمل رسالة التغطية كرسالة بريد إلكتروني يُرفق بـها الملف الذي يحتوي على سيرتك الذاتية.
- لا تترك عنوان رسالة البريد الإلكتروني فارغاً، بل استخدم له اسم و/أو رقم الوظيفة كما هو موجودة في الإعلان.
- لا ترسل سيرتك الذاتية عبر حساب البريد الإلكتروني الخاص بعملك الحالي، بـ ل اسـ تعمل حساب خاص بك وله عنوان مطابق لما هو مذكور في سيرتك الذاتية.
- لا تستخدم عنواناً غريباً لحساب بريدك الإلكتروني، بل اختر ما يناسب التعامل مع الشركات.
- لا تطلب الرد عليك عبر عنوان بريد إلكتروني مغاير للذي ترسل منه.
- تجنب الإرسال الجماعي، أي إرسال سيرتك الذاتية مع سير لأشخاص آخرين باسـ تخدام ذات الرسالة.
- تجنب المخاطبة الجماعية، أي إرسال ذات الرسالة إلى أكثر من جهة واحدة في ذات الوقت.
- تجنب أن يكون ملف سيرتك الذاتية ذو حجم كبير والأفضل أن لا يتجاوز 50 كيلوبايـ ت لأن

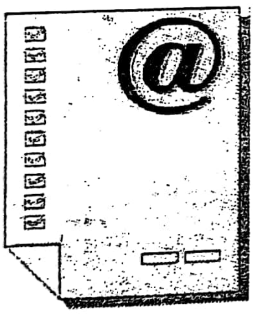
رسائل البريد الإلكتروني ذات الأحجام الكبيرة قد تتسبب بمشاكل في حافظة البريد الوارد للمتلقي.

- لا تضغط ملف سيرتك الذاتية قبل إرساله.
- احتفظ بنسخة عن رسالة البريد الإلكتروني التي تتضمن سيرتك الذاتية للرجوع إليها مستقبلا إذا لزم الأمر.
- أخيراً، تابع بريدك الإلكتروني الوارد بشكل مستمر لتلقي الرد وكذلك للتأكد من أن رسالتك لم تخطئ الجهة المقصودة.

نموذج ويب

لقد أصبح شائعاً أن تلجأ الشركات إلى تصميم مواقع ويب خاصة بها لكي تستخدمها في التعريف بها وبأعمالها وبالخدمات والمنتجات التي تقدمها. وفي حال حدوث شواغر عمل لديها، غالباً ما يتم الإعلان عبر صفحات مواقع ويب الشركات بهدف ملء هذه الشواغر.

وقد تلجأ الشركات إلى إدراج صفحات ويب خاصة في مواقعها كي تتيح لطالبي العمل أن يقدموا المعلومات التي تغنيهم عن إرسال سيرهم الذاتية بشكليها الورقي أو الإلكتروني. عند ذلك، تأخذ السيرة الذاتية شكل نموذج ويب مكون من العديد من الحقول المتسلسلة وفق تصاميم مختلفة والتي لا تستلزم من طالب العمل سوى تعبئتها بالمعلومات التي تخصه ومن ثم إرسالها عبر الموقع ذاته إلى قسم التوظيف في الشركة.



ومن حيث المبدأ، يؤدي استخدام نموذج الويب إلى ذات النتيجة التي تؤدي إليها السيرة الذاتية، لكنه غالباً ما يكون مصمماً على شكل حقول محددة بمواصفات تعبئة خاصة قد تقدم ما يزيد أو ينقص عن ما قد يحتاجه طالب العمل للتعبير عن ذاته. يمكن لهذا الأمر أن يسبب بعض الإرباك لطالب العمل، إلا أنه في الوقت ذاته يوفر وقته ويعفيه من الاهتمام بمظهر السيرة الذاتية ويوجه تركيزه نحو دقة وصياغة المعلومات المقدمة.

ولابد من الإشارة إلى أنه ليس من الشائع أن تعتمد الشركات طريقة نموذج الويب إلا إذا كانت شركات ضخمة لديها عدد كبير من العاملين وتقوم باستمرار بتوظيف عاملين جدد. كذلك نجد أن هذه الطريقة أكثر شيوعاً لدى الشركات التي تلعب دور وسيط التوظيف، وهي شركات تختص بتجميع الطلبات من الباحثين عن فرص عمل في مختلف المجالات لتقوم لقاء أجر محدد بمساعدتهم

رقم جواز السفر:

الجنسية: اختر الجنسية

الوضع العائلي: عازب / عزباء

الطول:

الوزن:

الجنس: ذكر

المؤهل العلمي: حدد المؤهل

الاختصاص:

سنوات الخبرة:

الوظيفة المتقدم إليها: 1

2 :

3 :

الراتب المتوقع: 1 دولار

2 : دولار

3 : دولار

متابعة للصفحة التالية

1- المعلومات الشخصية | 2- العنوان | 3- الخبرات السابقة | 4- اللغات | 5- معلومات أخرى

العنوان الحالي (أو العمل) :

رقم الهاتف: *

رقم الفاكس:

المدينة:

البلد: اختر البلد

الخليوي:

البريد الالكتروني: *

العنوان الدائم :

رقم الهاتف: *

رقم الفاكس:

المدينة:

البلد: اختر البلد

الموقع الالكتروني الخاص:

متابعة للصفحة التالية

العمل الأخير أو الحالي من: 1 1

إلى: 1 1

نوع العمل:

موقع الانترنيت:

الشركة :

المدينة :

البلد :

العمل السابق : من: 1 1

إلى: 1 1

نوع العمل:

موقع الانترنيت:

الشركة :

المدينة :

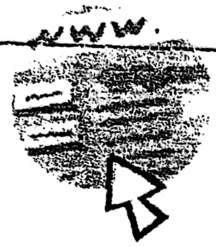
البلد :

المرجعية :

	الاسم	المركز	رقم الهاتف	البريد الالكتروني
1				
2				

متابعة للصفحة التالية

يتألف موقع ويب من مجموعة صفحات ويب مرتبطة تتم استضافتها في مخدم HTTP على شبكة الويب. وتحتوي معظم مواقع ويب على صفحة رئيسية كنقطة بداية تتصل بصفحات أخرى باستخدام ارتباطات تشعبية.



يمكنك إنشاء موقع ويب يستند إلى قرص أو إلى مخدم، والموقع الذي يستند إلى قرص هو الموقع الذي تتم استضافته على حاسوب محلي، أما الموقع الذي يستند إلى مخدم فتتم استضافته على مخدم ويب.

لإنشاء موقع ويب شخصي (خاص بك) بشكل سريع، يمكنك مثلاً استخدام قوالب ومعالجات التطبيق **Microsoft FrontPage** لإنشاء صفحات الموقع ولتقوم بعد ذلك بتخصيصها وإضافة معلوماتك الخاصة إليها. كذلك يمكنك فعل ذلك عبر أحد تطبيقات **Microsoft Office** الأخرى مثل **Word** أو **PowerPoint**.

الخطوات الأساسية لإنشاء موقع ويب خاص بك تتسلسل كما يلي:

1. الحصول على موقع ويب يقدم خدمة المضيف تحجز عنده حساباً خاصاً بك ليستضيف موقعك.
2. إنشاء بنية موقع ويب باستخدام إحدى الطرق المشار إليها أعلاه.
3. إضافة المحتوى الشخصي الخاص بك.
4. نشر موقع ويب أمام الزوار على شبكة ويب العالمية.

إن طريقة تنفيذك للخطوتين الثانية والثالثة هي من تحدد الدور الذي سيلعبه موقع ويب الخاص بك. فيمكنك مثلاً تبسيط الموقع إلى صفحة واحدة تحتوي على معلومات معروضة بطريقة مشابهة لما هو معروض في سيرتك الذاتية الورقية. كذلك يمكنك أن تنشئ الموقع وفق بنية متكاملة من صفحة رئيسية وصفحات ترتبط بها وبغيرها من صفحات الموقع أو بصفحات من مواقع خارجية.

ومن الناحية العملية، لا توجد فائدة كبيرة في موقع يقتصر على ما تعرضه سيرتك الذاتية، بل في موقع تشكل سيرتك الذاتية اختصاراً مركزاً له وهو يشكل رافداً لها بالمعلومات الإضافية حولك والمعززة بمختلف الوسائط كالصوت والصورة والفيديو والمتمتعة بمرونة الانتقال بالزائر إلى مواقع ويب خارجية خاصة بالأماكن التي درست فيها أو عملت لديها أو مارست ضمنها أي من النشاطات التي تحب أن تبرزها.

وفي حال إنشائك لموقع ويب خاص بك، فعليك أن تذكر عنوان الوصول إليه عبر الويب في سيرتك الذاتية الورقية أو الإلكترونية تحت عنوان معلومات الاتصال **Contact Information**.

وفي النهاية لابد من الإشارة إلى نقطة مهمة جداً عند تفكيرك بإنشاء موقع ويب خاص بك وهي أن هذا الموقع سيكون متاحاً لجميع الزوار بذات المحتوى. إن ما تتيحه لك السيرة الذاتية الورقية أو الإلكترونية من إمكانية تخصيص أو توجيه طريقة ومحتوى العرض وفقاً للهدف وبحسب الجهة التي تخاطبها ينتفي هنا. وبالتالي أنتَ أمام مسئولية اختيارك لنوعية المعلومات التي يمكن أن تلاءم أي هدف والتي لن يؤدي عرضها أمام أي زائر، سواء أكان متوقعاً أو غير ذلك، إلى أية نتائج غير المرجوة.

5. كيف أقوّم ما قمت به؟

بعد انتهائك من إعداد سيرتك الذاتية بمختلف أشكالها مع ما يتصل بها من ملحقات وروافد، تأتي الخطوة المنطقية التالية وهي مراجعة ما قمت به بهدف تدقيقه وتقويمه.

إليك قائمة التدقيق التالية التي بتحقق بنودها تطمئن إلى إعدادك الجيد لسيرتك الذاتية:



- الخلو من الأخطاء اللغوية والنحوية.
- توازن وأناقة المظهر العام.
- التركيز على الإيجابيات وعلى الإنجازات.
- التعبير باستخدام أفعال النشاط الإيجابي.
- تفادي استخدام كلمة "أنا" إلا للضرورة القصوى.
- استخدام الجمل القصيرة.
- استخدم التعبيرات المباشرة.
- استعمال المصطلحات المعروفة.
- اعتماد الصدق وتجنب الادعاء.
- اعتماد الاختصار الذي يحافظ على الوضوح.

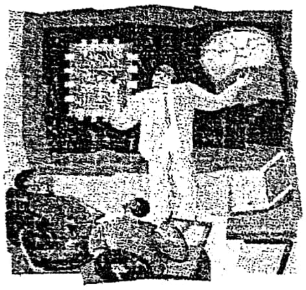
الوحدة الثانية

تقديم محاضرة

Delivering Presentation

1. المحاضرة..

سواء أكنت طالباً أو مدرساً أو موظفاً، فقد تملي عليك متطلبات الدراسة أو العمل أن تلقي محاضرة حول موضوع ما لهدف أو لآخر كشرح فكرة أو مناقشة بحث أو إيصال معلومة. إن نجاحك في هذا الأمر يتأثر إلى حد كبير بمدى معرفتك المسبقة بإجابات الأسئلة لتالية:



- ما هو المقصود بالمحاضرة؟
- لماذا ألقيها؟
- وماذا أضمنها؟

- ما المقصود بها؟

لابد أنك تعرف الفرق بين التواصل مع الآخرين عبر إلقاء خطاب وبين فعل ذلك عن طريق إجراء جلسات نقاش. تأتي المحاضرة كإحدى أهم فعاليات التواصل التي تجمع بين ميزات كلا الفعّاليتين السابقتين. فالمحاضرة عادة ما تبدأ بالإلقاء لتُختتم بالنقاش حول ما تم إلقاؤه.



والإلقاء في المحاضرة يتميز عن مثيله في الخطاب، وهو عادة ما يكون مقروءً فقط، بالمرونة التي توفرها إمكانية استخدام وسائل مساعدة كالرسومات ووسائل الإيضاح والعروض التقديمية وغيرها. أما النقاش في نهاية المحاضرة، فيختلف عما يحدث في جلسات النقاش في كونه متمركزاً حول المُحاضر، أي يتم بشكله الرئيسي بينه من جهة وبين أفراد الحضور من الجهة الثانية.

وقد تكون المحاضرة عامة أو خاصة، وذلك بحسب موضوعها الذي قد يسمح بحضور مفتوح في المحاضرات العامة، أو بحضور يقتصر على مختصين أو نوعية محددة للحضور في المحاضرات الخاصة. وفي كلا الحالتين، تبقى طريقة إلقاء المحاضرة وكذلك بنيتها العامة هما ذاتهما.

وبما أنك تدرس في جامعة افتراضية، وتستفيد من أحدث وسائل الاتصال المقروءة والمسموع والمرئي في التواصل بغرض الدراسة، فقد يخطر ببالك سؤال عن الفرق بين محاضرة تُلقى أمام حضور حقيقي متواجد في ذات القاعة وبين محاضرة تزامنية تُلقى أمام حضور افتراضي يتواصل أفراده عبر الإنترنت. سترى لاحقاً أن الفرق يظهر في طريقتي الإعداد للمحاضرة وإلقائها أكثر مما يظهر في بنيتها.

لماذا ألقيها؟

ليس القصد من الإجابة على هذا السؤال تعداد ما ذكرناه سابقاً من أسباب مباشرة محتملة تدعوك إلى إلقاء محاضرة كشرح فكرة أو مناقشة بحث أو إيصال معلومة، لكن القصد هو إيضاح الدور الذي تلعبه المحاضرة كمساهم في التواصل مع الآخرين بهدف إيصال وكذلك تبادل المعارف من أجل بلوغ هدف محدد.



تُعتبر المحاضرة أداة فعالة في إيصال كمية كبيرة من المعلومات خلال مدة زمنية قصيرة ممكِّنة المُحاضر من إبراز النقاط المهمة فيها بهدف جَذب انتباه الحضور إليها لزيادة الفائدة ولتقريبه من الموضوع الذي يُحاضَر حوله وإمتاعه بهذا الموضوع.

رغم قدمه بعض الشيء، إلا أن الجدول التالي الذي أعده ديل Dale[1] في العام 1969 لا يزال يعتمد كمؤشر واضح يقارن بين فاعلية طرق إيصال المعلومات المختلفة واضعاً المحاضرة المدعّمة بالنقاش في المقدمة.

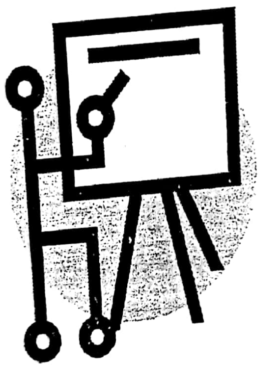
طريقة إيصال المعلومات	القدرة على تذكر المعلومات	
	بعد 3 ساعات	بعد 3 أيام
المحاضرة الشفهية (الخطاب)	25 %	10 - 20 %
المادة المكتوبة (قراءة)	72 %	10 %
المحاضرة الشفهية البصرية (المدعّمة بوسائل إيضاح)	80 %	65 %
المحاضرة التفاعلية (الشفهية البصرية المدعّمة بالنقاش والممارسة)	90 %	70 %

[1] Dale Raymond Corson: الرئيس الثامن لجامعة كورنيل في الولايات المتحدة الأمْريكية في الفترة مابين عامي 1969 و1977.

يمكن القول إذن أن فاعلية المحاضرة ترشحها للاستخدام في كثير من المواقع، فنجد محاضرة تُلقى بهدف تسويق منتج أو خدمة أو حتى فكرة وأخرى تُلقى بهدف التعليم وغيرها بهدف عرض بحث علمي للإقناع به والدفاع عنه. وأخيراً لا تنس أهمية المحاضرة في الأعمال، فأنت مثلاً كمهندس يرأس قسم المعلوماتية في عملك المستقبلي يمكنك أن تلقي محاضرة تعرّف من خلالها أفراد بقية الأقسام في العمل على قسمك وكيفية التعامل والتكامل معه.

ماذا أضمّنها؟

من الطبيعي أن تختلف محتويات محاضرةٍ تبعاً لموضوعها وللهدف من إلقائها. فمثلاً محاضرة تعليمات العمل تختلف عن محاضرةٍ حول مشروع أو حول بحث علمي. إلا أن المحاضرات بشكل عام تقوم على بنية منطقية موحدة تتألف من أجزاء تُعرض متسلسلة وتنتهي بفتح نقاش حول ما تم إلقاؤه في عبر تلك الأجزاء.



انظر فيما يلي إلى هذه الأجزاء مع ما يمكن أن تقدمه من معلومات قد تزيد أو تنقص بحسب الحاجة:

- مقدمة تغطي العنوان والمدخل وعناوين المواضيع المطروحة.
- جسم يغطي شروح المواضيع المطروحة مع أمثلة عليها.
- خاتمة تغطي النتائج والاستنتاجات والمقترحات

لقد سبق أن افترضنا طرحك لتساؤل عن الفرق بين محاضرة تُلقى أمام حضور حقيقي متواجد في ذات القاعة وبين محاضرة تزامنية تُلقى أمام حضور افتراضي يتواصل أفراده عبر الإنترنت. إذا تأملت البنية المشار إليها للمحاضرة، لاستنتجت صحة ما نوهنا إليه من أن الفرق يظهر في طريقتي الإعداد للمحاضرة وإلقائها أكثر مما يظهر في بنيتها. فالبنية المذكورة لن تختلف بين محاضرة تقليدية في ذات القاعة وأخرى تزامنية عبر الإنترنت. وستؤكد الفقرات التالية هذا الاستنتاج من خلال مناقشة طريقتي الإعداد والإلقاء.

2. الإعداد لمحاضرة

الإعداد الجيد يؤدي إلى عمل جيد، وطرح الإعداد للمحاضرة كموضوع تجب دراسته يبين أنه شأن مهم ويشير في الوقت ذاته إلى أن إلقاء محاضرة عمل نوعي يتطلب الجودة.

الإعداد الجيد لإلقاء محاضرة يشتمل على:



- المعلومات: التي يجب على كل محاضر معرفتها قبل أن يبدأ في تجميع وتنظيم مادة موضوع المحاضرة وهي، إضافة إلى الموضوع، الهدف من طرحه وطبيعة الحضور وحاجاته.
- المفاهيم: المفاهيم التي بالتمكن منها يستطيع المحاضر تكوين هيكلية منطقية لبنية المحاضرة إضافة إلى تحديد الطرق الأفضل لعرض المعلومات بهدف إيصالها إلى الآخرين بفاعلية.
- الممارسة: الممارسة التي تأتي على شكل تدريب يترجم المعلومات والمفاهيم إلى فعل عملي يحاكي المحاضرة الحقيقية.

إن الإعداد الجيد للمعلومات والمفاهيم والممارسة الذي يسبق الإلقاء الفعلي للمحاضرة كفيل بأن يضمن جودة الإلقاء وبالتالي النتيجة المرجوة منه. لنحاول الآن إلقاء الضوء على مزيد من تفاصيل مراحل الإعداد المذكورة.

حضّر الموضوع وفقاً للهدف من الطرح



قد يبدو التنبيه إلى وجوب معرفتك كمحاضر بموضوع المحاضرة أمراً غريباً لأنه مطلب بديهي، إلا أن الحياة العملية قد تضطرك أحياناً إلى إلقاء محاضرة حول موضوع قد لا يكون في صلب تخصصك وقد يكون بعيداً عنه. فإذا سلمنا بالإلمام المسبق والجيد بموضوع المحاضرة، فالتمكن من الإلقاء الجيد يستلزم تحضير الموضوع بطريقة تلاءم الهدف من طرحه.

افترض مثلاً أنك ستقدم محاضرة يدور موضوعها حول تطبيق أو نظام معلوماتي ما قمت وزملاء لك بتصميمه وتطويره. أنت إذاً تعرف كل شيء عن الموضوع، لكنك ستجد أن ما ستعرضه يختلف بحسب الهدف من العرض. إذ قد يكون الهدف تسويقي، وهنا ستركز على محاسن التطبيق وعلى ما

يقدمه من فوائد وخدمات. وقد يكون الهدف شرح طريقة الاستخدام، وهنا سيتحول التركيز إلى كيفية تشغيل وظائف التطبيق والتحكم بها. وفي كلا الحالتين، أنت تركز على التعامل الخارجي مع التطبيق.

ماذا لو كان الهدف من الإلقاء هو الدفاع عن هذا التطبيق كمشروع تخرج؟ عندها ستجد أن ما ستركز عليه يختلف بشكل كبير عما طرحته في الحالتين السابقتين. إذ أنك هنا ستستعرض كمهندس محترف البنية الداخلية للتطبيق وكيفية تصميمها وتنفيذها.

ونلاحظ من الأمثلة المطروحة أن الإلقاء في الحالتين الأولى والثانية يمكن أن يُسند إلى أي شخص ليس بالضرورة أن يكون مشاركاً في تصميم وتطوير التطبيق. فقد يكون زميل عمل بعيد عن مجال الهندسة والمعلوماتية، لكنه متمكن من استخدام التطبيق ويعرف تماماً ما يمكن أن يقدمه من خدمات. أما في الحالة الأخيرة فيصعب ذلك دون مختص.

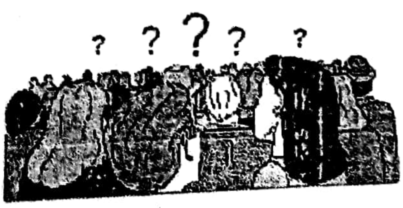
لنقم الآن بسرد الخطوات العملية لتحضير موضوع المحاضرة:

1. حاول معرفة الموضوع بشكل عام من جميع جوانبه.
2. أنشئ دليل تحضير وإلقاء عبر:
   - تحديد أهداف الإلقاء وتدوينها بدقة على شكل بنود.
   - تحديد النقاط الواجب إبرازها وفقاً لكل هدف وتدوينها إلى جانبه.
3. استخدم الدليل في جمع وتنسيق وثائق المحاضرة وأيضاً كمرشد لتصميم كيفية عرضها.
4. احفظ الدليل غيباً أو استخدمه مدوناً مع ملاحظات مختصرة تساعدك في اتباع المنهجية المطلوبة أثناء الإلقاء.

إن تحضيرك موضوع المحاضرة وفقاً للهدف من الطرح ووضعك الدليل المذكور يساعدانك في الوصول إلى تحقيق الهدفين المهمين التاليين:

- التصميم الدقيق لما سيُعرض في المحاضرة دون إضاعة للوقت.
- التقديم الرصين والمتوازن لمادة المحاضرة أثناء الإلقاء بمردود فائدة عال على الحضور.

اعرف الحضور



عندما ناقشنا في الفقرة السابقة تحضير موضوع المحاضرة وفقاً لأهداف الإلقاء، لم نتعرض لكيفية تحديد هذه الأهداف.

يقدمه من فوائد وخدمات. وقد يكون الهدف شرح طريقة الاستخدام، وهنا سيتحول التركيز إلى كيفية تشغيل وظائف التطبيق والتحكم بها. وفي كلا الحالتين، أنت تركز على التعامل الخارجي مع التطبيق.

ماذا لو كان الهدف من الإلقاء هو الدفاع عن هذا التطبيق كمشروع تخرج؟ عندها ستجد أن ما ستركز عليه يختلف بشكل كبير عما طرحته في الحالتين السابقتين. إذ أنك هنا ستستعرض كمهندس محترف البنية الداخلية للتطبيق وكيفية تصميمها وتنفيذها.

ونلاحظ من الأمثلة المطروحة أن الإلقاء في الحالتين الأولى والثانية يمكن أن يُسند إلى أي شخص ليس بالضرورة أن يكون مشاركاً في تصميم وتطوير التطبيق. فقد يكون زميل عمل بعيد عن مجال الهندسة والمعلوماتية، لكنه متمكن من استخدام التطبيق ويعرف تماماً ما يمكن أن يقدمه من خدمات. أما في الحالة الأخيرة فيصعب ذلك دون مختص.

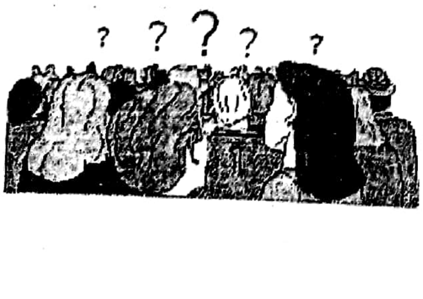
لنقم الآن بسرد الخطوات العملية لتحضير موضوع المحاضرة:

1. حاول معرفة الموضوع بشكل عام من جميع جوانبه.
2. أنشئ دليل تحضير وإلقاء عبر:
   - تحديد أهداف الإلقاء وتدوينها بدقة على شكل بنود.
   - تحديد النقاط الواجب إبرازها وفقاً لكل هدف وتدوينها إلى جانبه.
3. استخدم الدليل في جمع وتنسيق وثائق المحاضرة وأيضاً كمرشد لتصميم كيفية عرضها.
4. احفظ الدليل غيباً أو استخدمه مدوناً مع ملاحظات مختصرة تساعدك في اتباع المنهجية المطلوبة أثناء الإلقاء.

إن تحضيرك موضوع المحاضرة وفقاً للهدف من الطرح ووضعك الدليل المذكور يساعدانك في الوصول إلى تحقيق الهدفين المهمين التاليين:

- التصميم الدقيق لما سيُعرض في المحاضرة دون إضاعة للوقت.
- التقديم الرصين والمتوازن لمادة المحاضرة أثناء الإلقاء بمردود فائدة عال على الحضور.

اعرف الحضور



عندما ناقشنا في الفقرة السابقة تحضير موضوع المحاضرة وفقاً لأهداف الإلقاء، لم نتعرض لكيفية تحديد هذه الأهداف.

وفي معرض تحديدنا لمعنى المحاضرة في بداية هذه الوحدة، قلنا أنها فعالية تتم بشكل رئيسي بين المحاضر من جهة وبين أفراد الحضور من جهة ثانية. نستنتج إذاً أن تحديد الأهداف يتأتى من معرفة ما يريده كلا الطرفين من وراء المشاركة في هذه الفعالية.

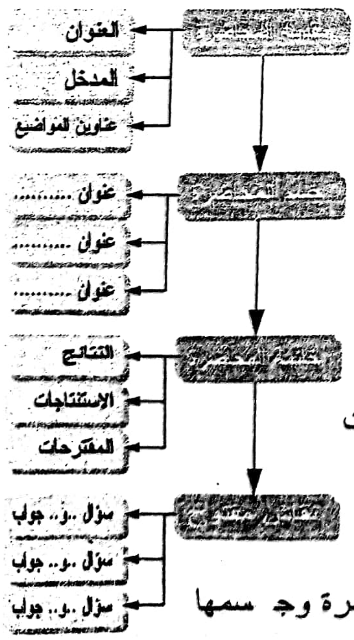
إن كنت أنت كمحاضر تعرف ماذا تريد، فيتبقى عليك إذن أن تحاول معرفة ما يريده الطرف الآخر، أي الحضور، عبر الإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما هي طبيعة الحضور وما هي خلفيته العلمية والمهنية والاقتصادية والاجتماعية؟
2. ما الذي تتوقعه من معرفة مسبقة للحضور حول موضوع المحاضرة؟
3. لماذا يشارك الحضور في هذه الفعالية، وما هو الجديد الذي يريد إحرازه أو تعلمه؟

من الواضح أن نجاحك في وضع تصور صحيح لإجابات هذه الأسئلة يساعدك في تحديد أدق لأهداف الإلقاء مما ينعكس تحضيراً وإلقاءً جيدين لموضوع المحاضرة بمساعدة دليل التحضير والإلقاء المُعدّ بشكل واضح ودقيق.

هيكل المحاضرة الجيدة

أنت الآن تعرف موضوع المحاضرة بشكل جيد وكذلك تعرف طبيعة الحضور وحاجاته ولديك دليل تحضير وإلقاء واضح قمت بإنشائه في ضوء أهداف الإلقاء. إذن أنت جاهز للانتقال إلى الخطوة التالية وهي تصميم هيكل منطقي للمحاضرة يُمكّنك بمساعدة دليل التحضير والإلقاء من اتباع منهجية تقديم رصين ومتوازن لمادة المحاضرة أثناء الإلقاء بمردود فائدة عال على الحضور.

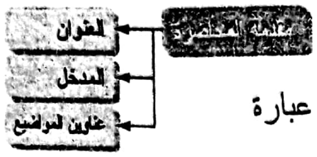


أشرنا سابقاً إلى أن محتوى محاضرة يختلف عن أخرى تبعاً للموضوع ولهدف الإلقاء. إلا أننا استدركنا بالقول أن المحاضرات بشكل عام تقوم على بنية منطقية تتألف من أجزاء تُعرض متسلسلة وتنتهي بفتح نقاش حول ما تم إلقاؤه عبر تلك الأجزاء. وأشرنا إلى أن هذه الأجزاء مشتركة في معظم المحاضرات وتشمل مقدمة المحاضرة وجسمها وخاتمتها كما يبين الشكل الجانبي.

سنحاول فيما يلي استعراض المفاهيم التي بالتمكن منها تستطيع كمحاضر تكوين هيكلية منطقية لبنية

محاضرتك مع مكوناتها التفصيلية التي قد تزيد أو تنقص بحسب الحاجة. وسيقدم هذا الاستعراض وصفاً لكيفية توظيف مكونات محاضرتك في خدمة تقديم الموضوع وصولاً إلى الأهداف الموضوعة.

مقدمة المحاضرة: وتتكون بشكل عام من



* **العنوان:** رغم ما قد يبدو عليه من بساطة، إلا أن العنوان أهم وأعقد من أن يوضع جزافاً. والعنوان القوي والمؤثر يأخذ شكل عبارة قصيرة تشير إلى الموضوع وإلى هدف الطرح في آن معاً.

فلو عدنا إلى مثال التطبيق أو النظام المعلوماتي مفترضين أن شركتك قد قامت بتصميمه وتطويره ليُستخدم في إدارة المستودعات. ولو افترضنا أن اسمه "مدير المخزون" وأنك ستحاضر بهدف تسويقه. عندئذ قد ترى في أحد العناوين التالية أو شبيهاتها ما يفيد كلاً من الموضوع والهدف:

"مدير المخزون، يوجه الجهود إلى الفعالية والإنتاجية"

"لا عوز ولا كساد، مدير المخزون يضمن ذلك"

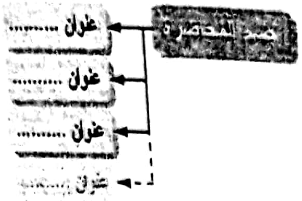
"الإدارة العلمية للمخزون، مدير المخزون يقدم الوسيلة"

* المدخل: ويلعب دورين مهمين:
  * الأول يشير بشكل واضح إلى الغرض من إلقاء المحاضرة وإلى جدولها الزمني. فإذا اعتمدنا ثالث العناوين المقترحة للمحاضرة، عندئذ يمكنك أن تقول: سيوضح هذا اللقاء على مدى 30 دقيقة كيف أن نظام "مدير المخزون" يساعد في تطبيق الطريقة العلمية لإدارة المخزون في جميع الشركات الكبيرة منها والصغيرة على حدٍ سواء. وسنفرد في نهايته 15 دقيقة لطرح استفساراتكم والإجابة عليها.
  * الثاني يقدم الشخص أو الجهة التي تقوم بالإلقاء بهدف تحقيق الغرض المشار إليه، فتتابع: وسأقوم أنا (تذكر اسمك) كممثل لشركة (تذكر اسم الشركة) التي قامت بتصميم وتطوير هذا النظام بعرض خصائصه ووظائفه التي تضمن الوصول إلى الغرض من استخدامه.

* عناوين المواضيع المطروحة: وهنا تسرد على شكل بنود مختصرة المواضيع الرئيسية التي ستستعرضها، كأن تقول: وسأعرض في لقاء اليوم كيف يمكنكم نظام "مدير المخزون" من التصدي للمسائل التالية:
  * حساب الكمية المثلى لطلبية شحنات المواد المخزنة.
  * تحديد مواعيد إرسال طلبية شحنات المواد المخزنة إلى الموردين.

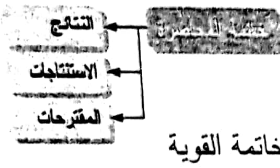
تحديد المخزون الاحتياطي الذي يغطي الاستهلاك خلال فترة طلب الشحنة ووصولها.

جسم المحاضرة: يقدم شروحاً لعناوين المواضيع المذكورة أنفاً واحداً بعد الآخر، ويُفضل هذا أن يكون الشرح مختصراً ما أمكن دون المساس بالوضوح. يمكن تحقيق ذلك عبر:



- التعريف الواضح بكل موضوع.
- تقديم إيضاحات وأمثلة حوله.
- تبيان أهميته بالنسبة للحضور.

خاتمة المحاضرة: يُقال أن الحضور عادة ما يركز اهتمامه على المقدمة والخاتمة وبالتالي أكثر ما يعلق في ذاكرات أفراده هو ما جاء فيهما. وبغض النظر عن مدى دقة هذا القول، تلعب خاتمة المحاضرة دوراً مهماً كحوض يجمع كل ما جاء في المحاضرة ليغذي الثمار التي يتوخى الجميع قطافها منها. فالخاتمة القوية تقدم ما يلي:



- النتائج: يتم من خلالها تقديم ملخص لمعلومات مباشرة رقمية ونصية مستمدة من واقع التعامل مع ما طُرح من مواضيع في جسم المحاضرة. فلو عدنا إلى مثالنا السابق، يمكنك أن تقول: لقد أثبتت التجارب وكذلك الواقع العملي أن استخدام نظام "مدير المخزون" يؤدي إلى ما يلي:
  الحدّ من خطأ حساب كمية طلبية شحنة المواد المخزنة إلى **±2%**.
  تحديد أدق لمواعيد إرسال الطلبية إلى الموردين بخطأ لا يتجاوز **±3%**.
  الإبقاء على مخزون احتياطي يغطي الاستهلاك بقصور لا يزيد عن **3%**.
- الاستنتاجات: تُبنى على النتائج وتوضح تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة، البعيدة منها والقريبة، وهي تُعتبر من أهم مكونات المحاضرة، إذ يجب أن تلتقي بشكل واضح ولا ريب فيه مع عنوان المحاضرة والغرض من إلقائها. فإذا رجعنا إلى مثال العناوين المقترحة للمحاضرة وإلى الغرض من إلقائها، يمكنك عندئذ أن تقول: نستنتج من النتائج السابقة أن استخدام نظام "مدير المخزون" يضمن تطبيقاً علمياً لإدارة المخزون مما ينعكس في تخطيط أدق للإنتاج وتقليل لتكاليف المنتج وقدرة أكبر على المنافسة في الأسواق.
- المقترحات: تمثل الثمار التي يتوخى الجميع قطافها من المحاضرة، فإذا نجحت الاستنتاجات في تأكيد صحة العنوان، فالغرض من إلقاء المحاضرة يصبح محققاً مما يعطي المحاضر الحق في طرح المقترحات. وغالباً ما تغطي المقترحات جانبين مهمين هما:

الوحدة الثالثة

إجراء مسح استبياني

Conducting Survey

المسح الاستبياني..



يُعتبر وسيلة فعالة لجمع المعلومات حول موضوع معين من عدد كبير نسبياً من أفراد يتوزعون في مناطق جغرافية مختلفة وينتمون إلى فئات عمر متباينة وإلى شرائح اجتماعية واقتصادية وتعليمية متنوعة.

وقيامك بمسح استبياني ليس بالأمر البسيط، فهو عملية تتكون من عدة مراحل كل منها تتطلب منك تصميماً وتنفيذاً دقيقين، ذلك لأن دقة النتيجة النهائية التي ستحصل عليها ستتأثر إلى حدّ بعيد بدرجة دقة التصميم والتنفيذ.

ورغم كون المسح الاستبياني أداة غير مكلفة مادياً، إلا أن كلفته الحقيقة تظهر فيما يستهلكه من جهدك ووقتك أثناء التصميم والتنفيذ.

ما المقصود به؟



كما يوحي الاسم، المسح الاستبياني هو عملية من عدة مراحل تؤدي إلى استبيان، أي تمييز وكشف، آراء مجموعة أفراد حول موضوع ما عبر مسح هذه الآراء، أي تجميعها ومن ثم تفريغها على شكل مؤشرات تُترجم إحصائياً إلى نتائج تُبنى عليها استنتاجات تخدم غرضاً محدداً بشكل مسبق.

إذا كان عدد أفراد المجموعة التي يشملها المسح الاستبياني محدوداً، فيمكن عندئذ إشراكهم جميعاً. أما إذا كان العدد كبيراً، فغالباً ما يتم تمثيلهم بأخذ عدد محدود منهم على شكل عينة منتقاة وفق أسس تتحدد بحسب موضوع الاستبيان والهدف منه.

ما هي مراحل القيام به؟



قيامك بمسح استبياني ليس أمراً بسيطاً يقتصر على طرح مجموعة أسئلة وتجميع إجاباتها، بل هو عبارة عن عملية منهجية تتكون من عدة مراحل متسلسلة ومتكاملة وتشتمل كل منهما على عدد من الخطوات.

يمكن تلخيص المراحل الرئيسية لكامل عملية إنجاز مسح استبياني فيما يلي:

1. الإعداد للمسح الاستبياني
2. تصميم الاستبيان
3. اختبار الاستبيان
4. إجراء المسح الاستبياني
5. تفريغ النتائج وتقديمها ومناقشتها

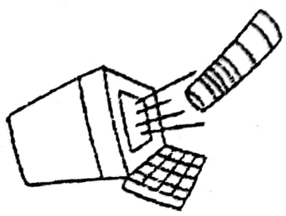
لماذا أقوم به؟

الهدف المباشر للقيام بمسح استبياني هو الحصول على معلومات وكذلك استطلاع الآراء والأفكار حول موضوع أو أمر ما. فمعرفتك بما يريده زبائنك عامل رئيس في نجاح أعمالك. ووسائل الإعلام والمؤسسات الحكومية يحتاجون لمعرفة كيف تفكر العامّة. التجمعات تحتاج أيضاً التعرف على ما يريده أفرادها. والشركات الضخمة تحتاج إلى سبر مواقف وطرائق تفكير موظفيها. الطريقة الأفضل للوصول إلى مثل هذه المعلومات هي إجراء مسح استبياني.



أما الهدف الحقيقي أو غير المباشر لهذه الفعالية فيتمثل في الكيفية التي سيتم عبرها توظيف ما تم الوصول إليه من معلومات في اتخاذ قرارات والقيام بإجراءات.

ما هي أدواته؟



هناك العديد من الأدوات التي يمكن استخدامها لإجراء مسح استبياني. منها:

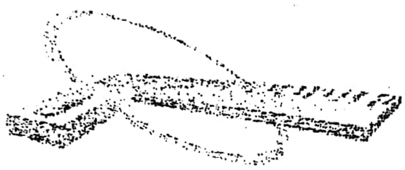
- المقابلات الشخصية: تُجرى عبر اللقاء المباشر مع الأفراد لمناقشتهم وطلب إجاباتهم على أسئلة محضرة مسبقاً.
- الاتصالات الهاتفية: تتم عبر اللقاء الهاتفي مع الأفراد لمناقشتهم وطلب إجاباتهم على أسئلة محضرة مسبقاً.
- البريد العادي: يُستخدم لإرسال الأسئلة إلى الأفراد عبر البريد العادي وتلقّي إجاباتهم عليها بذات الطريقة.
- البريد الإلكتروني: يُستخدم لإرسال الأسئلة إلى الأفراد عبر البريد الإلكتروني وتلقّي إجاباتهم عليها بذات الطريقة.
- الويب: هي صفحات ويب مصممة على شكل استبيان تتم الإجابة على أسئلته مباشرة عبر الإنترنت.
- الاستبيان الورقي أو الحاسوبي المباشر: يتم بوضع حواسيب أو أوراق تحتوي الاستبيان في أماكن عامة أو محددة ليقوم المشاركين بحفظ إجاباتهم في الحواسيب أو رمي الأوراق في صناديق مخصصة لهذا الغرض.

اختيارك الأداة المناسبة لإجراء مسح استبياني تخطط له أمر يخضع لعوامل عديدة تنشأ من طبيعة الأداة وتتعلق بالكلفة والسرعة وغير ذلك مما سنأتي على ذكره لاحقاً.

1. الإعداد لمسح استبياني

قيامك بمسح استبياني عبارة عن عملية تتكون من عدة مراحل تشتمل كل منهما على عدد من الخطوات. أولى هذه المراحل يتم من خلالها الإعداد للمسح الاستبياني عبر الخطوات التالية:

1. تحديد أهداف المسح الاستبياني، ما الذي ترمي إلى معرفته من خلال إجرائه؟
2. انتقاء عينة المسح، من هم الأفراد الذين ستستبين آراءهم؟
3. اختيار طريقة المسح، ما هي الأداة التي ستستخدمها؟



تحديد أهداف المسح الاستبياني

سبق أن قلنا بأن الهدف المباشر للقيام بمسح استبياني هو الحصول على معلومات وكذلك استطلاع الآراء والأفكار حول موضوع أو أمر ما. وأشرنا إلى أن الدافع من وراء ذلك هو توظيف ما سيتم الوصول إليه من معلومات في اتخاذ قرارات والقيام بإجراءات.

يمكن القول إذاً أن دقة القرارات وصحة الإجراءات المنوي اعتمادها تعتمدان إلى حد بعيد على تحديدك الدقيق لما تهدف إلى معرفته من معلومات عبر إجراء المسح الاستبياني. كذلك ستجد أن هذا التحديد الدقيق للمعلومات المستهدفة مهم جداً لانتقائك الصحيح لعينة المسح.

إليك فيما يلي بعض الأمثلة النموذجية لما يمكن أن تكون معرفة المعلومات المتعلقة به هدفاً لمسح استبياني:

- الآراء حول مسائل وظواهر اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية
- السوق المحتملة لمنتج جديد أو خدمة حديثة
- تقييم منتج مطروح أو خدمة موجودة
- مواقف وطرائق تفكير الموظفين
- آراء القراء أو المشاهدين أو المستمعين
- آراء المساهمين في مناسبة ما

من الواضح أن أمثلة الأهداف هذه عامة جداً، إذ بقدر ما تتمكن من تخصيص الهدف بقدر ما تجد أن إجراء مسح استبياني له أسهل وأدق نتيجة. كأن تقول مثلاً أنك تريد استطلاع الآراء حول غلاء الأسعار. وقد تخصص الهدف أكثر بجعله حول غلاء الأسعار في مناسبات محددة أو في أوقات محددة. ويمكن أن تكون أكثر دقة بالاقتصار على أسعار نوع محدد من السلع أو الخدمات.

ويتم ذلك عبر الإجابة على سؤالين:



- ما هو نوع الأفراد الذين سيشملهم المسح الاستبياني؟
- ما هو عدد هؤلاء الأفراد؟

يتحدد نوع الأفراد الذين سيشملهم المسح بحسب الهدف منه. ويكون التحديد سهلاً ودقيقاً في بعض الحالات كما في محاولتك استبيان مواقف وطرائق تفكير موظفين في شركة ما، فالأفراد هنا من موظفي تلك الشركة. وفي حالات أخرى يكون التحديد أكثر صعوبة وأقل وضوحاً كما في محاولتك معرفة آراء المستهلكين حول منتج ما يستخدمه جميع الناس.

بعد أن تقوم بتحديد عام لنوع الأفراد، عليك أن تضع مخططاً لمختلف الفئات التي يتوزع عليها هؤلاء الأفراد. فمثلاً يمكن أن يتوزع موظفو الشركة على فئات تتدرج من الإدارة العليا فالمتوسطة وصولاً إلى موظفي الأقسام. كذلك يمكن أن يتوزع مستهلكو منتج ما في مناطق جغرافية مختلفة وينتمون إلى فئات عمر متباينة وإلى شرائح اجتماعية واقتصادية وتعليمية متنوعة.

إن التحديد الصحيح لنوع الأفراد الذين سيشملهم المسح الاستبياني عامل مهم جداً في إنجاحه. فاستبيانك لآراء أفراد بعيدين عن الموضوع سيؤدي بالتالي إلى إبعادك عن تحقيق الهدف من قيامك بالمسح الاستبياني.

أما فيما يخص تحديد عدد الأفراد الذين ستستبين آراءهم، فالمشتغلين في الإحصاء يقولون أن استبيان آراء عدد محدود من أفراد فئة ما يمكن أن يمثّل آراء جميع أفراد تلك الفئة بهامش دقة معقول. ورغم أن زيادة عدد الأفراد المُمَثّلين للفئة سيزيد من دقة النتائج، إلا أن معدل تزايد الدقة المنسوب إلى تزايد عدد الأفراد ينخفض باستمرار. فمثلاً زيادة عدد الأفراد من **250** إلى **1000** لن تضاعف الدقة أربع مرات، بل ربما أقل من مرتين.

يمكن استخدام الصيغة (انظر الملحق) الموضحة جانباً لحساب عدد أفراد العينة N.

$$N = \frac{0.25}{(CI \cdot SE_C)^2}$$

يعبر CI في هذه الصيغة عن هامش الدقة **Confidence Interval** ويعبر SE_C عن معامل الخطأ المعياري **Standard Error Coefficient** الموضحة قيمه المقابلة لهامشي الدقة **5%** و **1%**.

1%	5%	CI
2.576	1.96	SE_C